



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE
TABLAS DE SKATE EN LA CIUDAD DE PIURA - AÑO 2016”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

TÁVARA RAMOS, DANIEL MARTIN ARTURO

ASESOR

DR. FREDDY CASTILLO PALACIOS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PLANIFICACIÓN

PIURA – PERÚ

2016

PÁGINA DEL JURADO

.....
Dr. Freddy Castillo Palacios
Presidente

.....
Dra. Nélida Rodríguez de Peña
Secretario

.....
Mg. Milena Noblecilla Saavedra
Vocal

Dedicatoria

Dedico esta tesis a Dios y a mis padres por su constante apoyo y aliento para alcanzar este objetivo.

Agradecimiento

A Dios, a mis profesores y en especial al asesor, por su apoyo y dedicación para la culminación de mi investigación.

Declaración de autenticidad

Yo, Távara Daniel, con DNI N° 44184453, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se muestran en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por el cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, julio del 2016.

.....

Távara Ramos, Daniel

DNI N°44184453

Presentación

Señores miembros del Jurado:

Presento ante ustedes la tesis titulada “Viabilidad para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016”, con la finalidad de establecer el nivel de relación que existe entre ambas variables. La misma que consta de los siguientes capítulos:

En el Capítulo I: Introducción, se describe la realidad problemática, los trabajos previos, las teorías relacionadas al tema, el problema de investigación, la justificación, las hipótesis y por último los objetivos.

En el Capítulo II: Método, se da a conocer el diseño de investigación, las variables y su operacionalización, la población y la muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, los métodos de análisis de datos y finalmente los aspectos éticos.

En el Capítulo III y IV: Se dan a conocer los resultados recopilados a través de la aplicación de los instrumentos y se discuten los diferentes resultados de los trabajos previos, se contrastan las teorías relacionadas al tema con los resultados obtenidos en la presente investigación.

En el Capítulo V, VI y VII: Se presentan las conclusiones, recomendaciones y se presentan las referencias bibliográficas que sirvieron como base para el desarrollo de la presente investigación y los anexos utilizados, respectivamente.

Este trabajo de investigación se presenta en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo. Esperando cumplir con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Índice de Contenido

	Página
Página del jurado.....	2
Dedicatoria.....	3
Agradecimiento.....	4
Declaración de autenticidad	5
Presentación.....	6
Resumen.....	9
Abstract.....	10
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad problemática	11
1.2. Trabajos previos	12
1.3. Teorías relacionadas al tema	14
1.4. Formulación del problema	19
1.4.1. Pregunta general	19
1.4.2. Preguntas específicas	19
1.5. Justificación del estudio	19
1.6. Hipótesis	20
1.6.1. Hipótesis general.....	20
1.6.2. Hipótesis específicas.....	20
1.7. Objetivo	21
1.7.1. Objetivo general	21
1.7.2. Objetivos específicos.....	21
II. MÉTODO	22
2.1. Diseño de investigación	22
2.2. Variables, Operacionalización	22
2.3. Población y muestra	24
2.3.1. Población	24

2.3.2. Muestra	24
2.4. Técnicas, instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	24
2.4.1. Técnicas.....	24
2.4.2. Instrumentos	24
2.4.3. Validez	24
2.4.4. Confiabilidad	25
2.5. Métodos de análisis de datos	26
2.6. Aspectos éticos.....	26
III. RESULTADOS	27
IV. DISCUSIÓN.....	59
V. CONCLUSIONES	64
VI. RECOMENDACIONES	65
VII. REFERENCIAS	66
Anexos	65

RESUMEN

El objetivo general de la tesis fue determinar la viabilidad de la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016, para ello se aplicó un cuestionario a la muestra de estudio constituida por jóvenes de diferentes estratos socio económicos de la ciudad de Piura, donde se obtuvo información respecto a demanda, oferta, precios y localización, para ello se realizó un muestreo aleatorio simple, y el tamaño de la muestra fue de 370 personas; posteriormente se hizo el análisis de la viabilidad económica y financiera del negocio. Los resultados del estudio demostraron que la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - año 2016 es viable, debido a que sería el primer negocio de este tipo en la ciudad y con ello se generará altos niveles de rentabilidad para los propietarios del mismo.

Palabras claves: Rentabilidad, viabilidad, skate, comercialización.

ABSTRACT

The general objective of the thesis was to determine the feasibility of the creation of a merchant of skateboards in the city of Piura - Year 2016, for which a questionnaire was applied to the sample of study constituted by young people of different socioeconomic strata of the City of Piura, where information on demand, supply, prices and location was obtained. A simple random sampling was performed, and the sample size was 370 people; Subsequently the analysis of the economic and financial viability of the business was made. The results of the study showed that the creation of a merchant of skate boards in the city of Piura - year 2016 is viable, because it would be the first business of this type in the city and with this will generate high levels of profitability for the Owners of the same.

Key words: Profitability, viability, skate, marketing.|

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Hoy en día los deportes extremos se han convertido en una tendencia muy importante en el mundo, lo cual viene junto a estilos de vida congruentes con estos deportes. Existe una gran cantidad de jóvenes que practican en su tiempo libre deportes como el skate.

El skate es una práctica propia de jóvenes que cada vez es mas común ya que el costo de la tabla (skateboard) es accesible, su poco peso permite transportarla fácilmente y se ahorra tiempo en llegar a algún lugar.

El skate es un deporte que desarrolla como cualquier otro, los aspectos físico y emocional, además de ciertas habilidades como la coordinación, el equilibrio, tonifica los músculos y supone además un reto personal.

Hablar de temas como el mono patinaje o skateboard, se vuelve interesante en el ámbito social sobre todo en lo que corresponde a la población juvenil, ya que fomenta la actividad física entre chicos y jóvenes y los impulsa a realizar un deporte de manera divertida. Mostrar esta actividad con los beneficios de un deporte, puede ayudar a que sea reconocido como tal y así, reconocer su importancia para mantener una buena salud física y mental, libre de vicios como el alcohol y las drogas y de esta manera beneficiar las funciones vitales del organismo que son llevadas a cabo por el sistema nervioso, el sistema respiratorio y el sistema cardiovascular básicamente.

No obstante ello, en el Perú y específicamente en Piura existe una casi nula oferta de productos y servicios que satisfagan estos, a pesar de que la demanda es aparentemente cada vez mayor.

Si esta situación continúa se podría estar perdiendo una oportunidad de negocio con proyección social a la comunidad piurana. Por esta razón se recomienda que se lleve a cabo un estudio de viabilidad para la creación de una empresa comercializadora de skates en la ciudad e Piura que cubra la demanda de muchos jóvenes que en la actualidad no cuentan con ofertantes que brinden productos de calidad y seguros.

1.2. Trabajos previos

Campos, Colato y Quintanilla (2016). *Estudio de mercado para la introducción a Guatemala de productos de deportes extremos.*

Universidad de

El Salvador. Guatemala. El objetivo principal de la tesis fue realizar un estudio de mercado que permita conocer la factibilidad de introducir productos para deportes extremos a Guatemala de la tienda Addikt Skateboard Shop. Entre

las principales conclusiones se tuvo que se determinó que sí existe viabilidad y factibilidad comercial para la introducción y apertura de la tienda de deportes extremos Addikt Skateboard Shop en Guatemala. De otra parte la realización y puesta en marcha de las estrategias planteadas serán de mucha importancia para tener una buena aceptación en los meses de introducción de la tienda en Guatemala para que los clientes conozcan la marca y se identifiquen con ella y con todos los productos que ofrece la empresa.

Capacho y Peña (2012). *Factibilidad para la creación de un parque de skateboard para juegos extremos en patines en la ciudad de Bucaramanga.* Universidad Industrial de Santander, Colombia. El objetivo principal fue realizar un estudio de mercado para determinar la demanda de jóvenes de distintos estratos de Bucaramanga y la oferta existente para la práctica de juegos extremos en patines. Las principales conclusiones son que existe una gran

oportunidad de mercado y que se carece de escenarios para practicarlo, el proyecto desde el punto de vista del mercado es viable, desde un punto de vista financiero el proyecto cuenta con grandes posibilidades pese a la inversión inicial.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Viabilidad

1.3.1.1 Definición de Viabilidad

De acuerdo al diccionario de la RAE; viabilidad es la cualidad de viable (que tiene probabilidades de llevarse a cabo o de concretarse gracias a sus circunstancias o características). Se conoce como análisis de viabilidad al estudio que intenta predecir el eventual éxito o fracaso de un proyecto.

Para Vega (2006) un estudio de viabilidad consiste en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información a fin de decidir si el negocio debe iniciarse o no. Asimismo el estudio de viabilidad es importante para determinar la ampliación o expansión de una empresa.

1.3.1.2 Importancia de la Viabilidad

El estudio de viabilidad es importante según Vega (2006) ya que un aproximado del sesenta por ciento de los nuevos negocios son cerrados en el lapso de los primeros seis años de existencia. Es decir, seis de cada diez nuevos negocios fracasan durante sus primeros años, independientemente del giro de la industria.

1.3.1.3 Procesos de la Viabilidad

El estudio documenta y revalida la idea del negocio propuesto, minimizando el nivel de riesgo que implica decidir la inversión y debe realizarse efectivamente a fin de lograr su propósito. De esta manera el estudio de viabilidad resulta ser más importante para el futuro dueño de la empresa que para el acreedor financiero.

Esto es así ya que en la práctica, un proyecto bien capitalizado será financiado por el acreedor aunque no se documente su viabilidad adecuadamente.

1.3.1.4 Tipos de Viabilidad

La viabilidad de un proyecto determina la posibilidad de llevarlo a la práctica, analizando para tal fin aspectos de naturaleza comercial, técnica, legal, ambiental y financiera. En caso se llegue a una conclusión negativa en cualquiera de los aspectos señalados, esta determinará que el proyecto tenga que reformularse o que no se lleve a cabo.

De acuerdo a Vega (2006) existen diferentes tipos de viabilidad:

Viabilidad Técnica: determina si es posible físicamente realizar un proyecto, lo cual lo efectúan especialistas del área de la cual se trate.

Viabilidad Administrativa: determina si existen capacidades gerenciales al interior de la organización para alcanzar la óptima implementación y administración del emprendimiento.

Viabilidad Legal: busca indagar inexistencia de obstáculos de tipo legal para la implementación y ejecución del proyecto. **Viabilidad Política:** corresponde a la intención de quienes deciden implementar o no el proyecto, lo cual no incluye como decisión a la probable rentabilidad.

Viabilidad Ambiental: determina el impacto de la implementación del proyecto tendría sobre el entorno ambiental, incluida la posible contaminación.

Viabilidad Financiera: busca obtener indicadores financieros que permitan decidir si el proyecto se debe realizar o no. Para ello, se considera un flujo de fondos, el VAN (valor actual neto) y la TIR (tasa interna de retorno).

Elaboración de la idea de negocio: normalmente suele surgir; en el caso de nuevos negocios, varias ideas de las que habrá que analizar su viabilidad. Catalogar dichas ideas de acuerdo al esquema de software diagnóstico nos ha de permitir siempre una estrecha vigilancia al objeto de convertirlas en posible negocio en el futuro, siempre que las condiciones del mercado así lo manifiesten.

Cada una de estas ideas se elabora por separado, analizando su posible viabilidad de forma autónoma. Solo en el caso de poderlas analizar de manera complementaria, se elaboraran conjuntamente.

1.3.1.5 Demanda

La demanda es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para adquirir un determinado producto que satisfaga dicha necesidad.

(Blanco, 2006)

En relación a la estimación de la Demanda, la demanda futura del producto de su empresa se basa en la proyección de la línea de tendencia correspondiente a los datos históricos, Blanco (2006) recomienda que las proyecciones deben realizarse en unidades de producto y/o divisas utilizando un mínimo de cinco años.

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (Baca, 2006)

Por ello, se debe determinar y medir a los factores que afectan los requerimientos del mercado (precio, nivel de ingreso de la población, etc.), así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

Según Sapag & Sapag (2009) la cantidad demandada de un producto o servicio depende del precio que se le asigne, del ingreso de los consumidores, del precio de los bienes sustitutos o complementarios, es decir que la relación funcional entre precio y cantidad demandada es inversa, ya que al subir el precio disminuye la cantidad demandada y al bajar el precio del producto la cantidad demandada aumenta.

1.3.1.6 Oferta

La oferta, según Blanco (2006) cuantifica la cantidad futura de un producto que los fabricantes e importadores están dispuestos a llevar al mercado en conformidad con los precios vigentes en el mismo.

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Baca, 2006)

Con esto el propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta es función de una serie de factores, como son los precios en el mercado de productos, los apoyos gubernamentales a la producción, etc.

1.3.1.7 Principales tipos de Oferta

Oferta competitiva o de mercado libre: Es en la que los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido que existe tal cantidad de productores del mismo artículo que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor.

Oferta Oligopólica (del griego oligos, poco): Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores. Ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de materia prima para su industria.

Oferta Monopólica: Es en la que existe un solo productor del bien o servicio, y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad.

Existen varios elementos que determinan la cantidad que se ofrece, no obstante es el precio el que ostenta un papel muy importante en el análisis.

La relación entre el precio y la cantidad ofrecida se llama ley de la oferta y establece que, con todo lo demás constante, cuando el precio de un bien aumenta, la cantidad ofrecida de dicho bien también aumenta y cuando el precio de un bien disminuye, la cantidad que se ofrece de dicho bien también disminuye. (Mankiw, 2012)

Entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están: número de productores, localización, capacidad instalada y utilizada, calidad y precio de los productos, planes de expansión, inversión fija y número de trabajadores.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Pregunta general

¿Es viable la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016?

1.4.2. Preguntas específicas

- ¿Existe viabilidad de mercado para la la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016?
- ¿Existe viabilidad organizacional legal para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016?
- ¿Existe viabilidad técnica para la la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016?
- ¿Existe viabilidad económica – financiera para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016?

1.5. Justificación del estudio

La presente investigación tiene una económica pues su propuesta se basa en satisfacer las necesidades del segmento de la población objetivo en búsqueda de practicar deportes extremos en patinetas.

De esta manera se tratará de conquistar y fidelizar al cliente, que puede reconocer el valor del producto contando con atributos claves y materiales innovadores. Así mismo esta investigación beneficia soc a los jóvenes que socialmente a los agentes principales en este estudio y a la población ya que de manera directa se generará puestos de trabajo al contratar

personal para la empresa comercializadora.

De otra parte la creación de una empresa de este rubro, es una gran oportunidad de negocio debido a los hábitos de deporte extremos que hoy en día se está viviendo entre los jóvenes, lo cual no tiene oferta relevante

a nivel local. Por esta razón, el estudio pretende contribuir a satisfacer una demanda de los clientes, ya que ayudará a que los jóvenes de la ciudad puedan satisfacer su necesidad por estas prácticas deportivas, con una importante inversión que sea rentable y que permita a la empresa permanecer en el mercado por mucho tiempo. La investigación estará centrada en el estudio de la demanda, a través de instrumentos con los que se recogerá información acerca de los gustos, preferencias y necesidades de clientes, así como en el estudio de la oferta, analizando que empresas brindan en este tipo de servicio y sus características.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

H0. La creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016 es viable.

1.6.2. Hipótesis específicas

H1: Existe viabilidad de mercado para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016

H2: Existe viabilidad organizacional legal para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016

H3: La creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016 es viable técnicamente.

H4: La creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016 es viable económica - financieramente.

1.7. Objetivo

1.7.1. Objetivo general

Determinar la viabilidad de la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016

1.7.2. Objetivos específicos

- Determinar la viabilidad de mercado para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016
- Establecer la viabilidad organizacional legal para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016
- Establecer la viabilidad técnica para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016
- Precisar la viabilidad económica – financiera para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

El diseño de la presente investigación es no experimental, ya que no fue manipulada la variable de investigación y no existió ningún experimento. Se analizaron las características de las dimensiones tal como se presentan en la realidad y transversal porque el recojo de la información se realizó en una sola etapa.

El tipo de estudio de la presente investigación es:

Según su finalidad fue una investigación aplicada, ya que estuvo orientada a la solución de un problemas específico y que funcionó fundamentalmente con datos y operaciones empíricas.

Según la técnica de contrastación, se trata de investigación

descriptiva, porque los datos se recogen tal y como ocurren en la realidad sin modificarlo, lo que conlleva a un análisis e interpretación de los resultados.

Y por último según el régimen de investigación se trató de una

investigación libre, porque el tema fue elegido por voluntad propia del investigador.

2.2. Variables, Operacionalización

2.2.1. Viabilidad

Consiste en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de las alternativas de inversión que dan solución al problema planteado. Asimismo el estudio de viabilidad resulta útil para evaluar si resulta bueno el establecer una empresa (Vega, 2006).

2.2.2. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	indicadores	Escala de medición
Viabilidad del negocio	Consiste en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de las alternativas de inversión que dan solución al problema planteado. Asimismo el estudio de viabilidad resulta útil para evaluar si resulta bueno el establecer una empresa (Vega, 2006).	El análisis de viabilidad se medirá a través de un cuestionario que mida las siguientes dimensiones: viabilidad de mercado, viabilidad técnica, viabilidad económica – financiera.	Viabilidad de Mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Oferta - Demanda - Precio - Preferencias del cliente 	Ordinal Ordinal Intervalo Nominal
			Viabilidad legal	<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de Sociedad - Organigrama - Funciones 	Nominal Nominal Nominal
			Viabilidad técnica	<ul style="list-style-type: none"> - Tamaño - Localización 	Ordinal Ordinal
			Viabilidad Económica Financiera	<ul style="list-style-type: none"> - VAN Económico - TIR Económica - VAN Financiero - TIR Financiero 	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

Para poder determinar la demanda actual del uso de skate se ha analizado la población actual de la ciudad de Piura, la población de hombres, hombres por edades y nivel socioeconómicas; información proporcionada por el INEI conforme al último censo realizado en el 2014; así mismo para hallar la demanda que es de 6,114 patinetas anuales.

Se aplicará encuestas en las diferentes zonas, como parques y calles de la ciudad de Piura para poder obtener la demanda de nuestros productos; obteniendo los siguientes datos, a sabiendas que la población demandante es de 10,362 hombres

2.3.2. Muestra

La muestra de la investigación se calculó con la siguiente fórmula

$$N = 10,362$$

$$\sigma = 20\%$$

$$e = 5\%$$

$$\text{Nivel de confianza} = 95\%$$

$$Z = 1.96$$

$$n = \frac{N * \sigma * Z}{(N - 1) * e^2 + \sigma * Z} = \frac{10,362 * 0.5^2 * 1.96^2}{(10,362 - 1) * 0.05^2 + 0.5^2 * 1.96^2} = 370,46 \cong 7$$

2.4. Técnicas, instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1. Técnicas

Encuesta: En esta investigación se utilizó esta técnica de recolección de datos cuantitativa, destinada a obtener respuestas sobre la variable en estudio, recopilando los datos estadísticos sobre opiniones y otras situaciones de estudio.

2.4.2. Instrumentos

Cuestionario: Es un instrumento cuantitativo que se utiliza para medir o registrar diferentes sucesos y contextos. En la investigación se utilizó esta técnica con diversas preguntas estructuradas, que se aplicaron a la población que es objeto de estudio (muestra) a fin de recolectar los datos estadísticos sobre opiniones y otras cuestiones de estudio que ayudaron a resolver las incógnitas de investigación.

2.4.3. Validez

Para determinar la validez del instrumento, expertos revisaron si:

- El instrumento presentaba congruencia, es decir si existe una relación lógica con los diferentes ítems, que deben estar relacionados con respecto a las dimensiones y variables de estudio de la presente investigación.
- El instrumento son pertinentes al tipo y a la naturaleza de la investigación.
- El instrumento facilita la demostración de las hipótesis que se establecen en la investigación.
- El instrumento refleja consistencia de tal forma que cada ítem sea escrito y relacionado totalmente con cada uno de los indicadores.
- El instrumento es suficiente para abarcar totalmente las dimensiones para cada variable de esta investigación.

2.4.4. Confiabilidad

Para evaluar la confiabilidad del instrumento se utilizó el índice de consistencia y coherencia interna Alpha de Cronbach, cuyo resultado alcanzó el rango de confiable.

2.5. Métodos de análisis de datos

El análisis de datos estadísticos de los resultados obtenidos por el cuestionario (instrumento cuantitativo) son mostrados mediante cuadros y gráficos para su fácil interpretación. El procesamiento de los datos recopilados se llevó a cabo a través de los diferentes programas estadísticos SPSS versión 21.0 y el programa Excel para Windows.

2.6. Aspectos éticos

En la presente investigación, se consideraron los siguientes principios éticos en la aplicación de instrumentos, análisis y otros (teorías relacionadas, antecedentes, marco conceptual).

- El respeto por la propiedad intelectual, ya que la información que ha sido considerada para fundamentar la realidad problemática, antecedentes, teorías relacionadas y marco conceptual, han sido citadas de acuerdo a las normas APA.
- Autenticidad y honestidad, ya que no se manipularán los datos obtenidos de la investigación, sino que se interpretarán según la realidad de manera objetiva.
- Responsabilidad en el manejo de la información recolectada
tratándose de empresas privadas del sector pesquero artesanal.

III. Resultados

Para el caso de la presente investigación se aplicó un cuestionario orientado a identificar aspectos, comportamientos y/o actitudes de la población objetivo de estudio.

3.1. Definición del ámbito de estudio

En ámbito de estudio va ser la ciudad de Piura que cuenta con una población según el INEI 2014

Departamento	: Piura
Provincia	: Piura
Distrito	: Piura
Población total de la ciudad de Piura	: 260 363
Población urbana	: 254 876
Población urbana de Hombre	: 122, 172
Población urbana de Hombre 10-30años	: 49, 798
Porcentaje socioeconómico A-B	: 7.6%
Porcentaje socioeconómico C	: 23%

3.2. Definición de los Productos

Servicio de comercialización de tablas de skate.

3.3. Usos y Especificaciones Técnicas

3.3.1. Usos:

La empresa a constituirse define sus servicios a ofrecer mediante la creación de una tienda de Skate (Tamarindo **Skate Shop**) que posee distintas marcas de las tablas de skate.

Este deporte extremo se realiza con un skate o patineta, en una pista especialmente diseñada para dicha práctica.

El Skateboard se practica con el implemento necesario para realizar las piruetas, el deslizamiento por largas barandillas, bordillos y escaleras, con tablas de diferentes formas, de acuerdo con las características y exigencias de dicho deporte.

3.3.2. Especificaciones Técnicas

A continuación se muestra una imagen de un skate y sus partes:



- a) **Tabla:** lo habitual es que sean hechas de 7 láminas de madera, generalmente. Es importante considerar las medidas, específicamente el ancho de la tabla, de acuerdo al tipo de skate a desarrollar.
- b) **Ejes:** Son dos y van acoplados a los lados. Pueden ser de aluminio u otro metal adecuado. Dan soporte a las ruedas y sirven para realizar los giros.

3.4. Análisis de la Demanda.

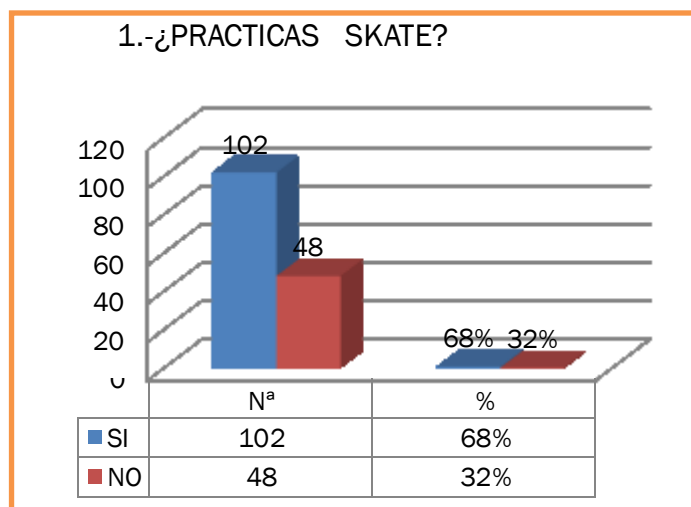


Gráfico N° 1. Práctica de Skate

Fuente: Autor del proyecto

- Según la gráfica N° 01 el 68 % de personas encuestadas respondieron que si practican skate y un 32% que no.

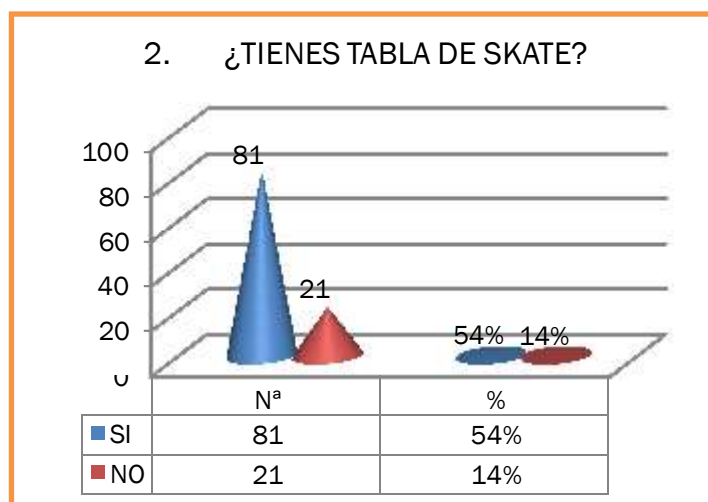


Gráfico N° 2 Posesión de tabla Skate

Fuente: Autor del proyecto

- Según la gráfica N°2 el 54% de los encuestados tiene una tabla de skate con la diferencia de un 14 %.

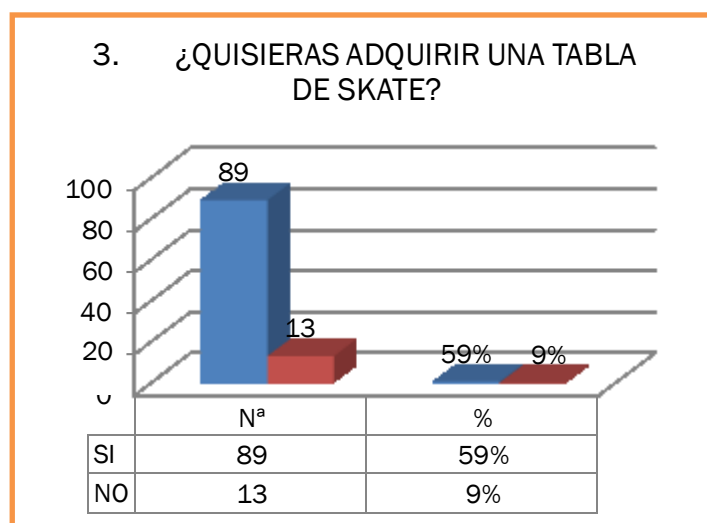


Gráfico Nº 3 Deseo de adquirir una tabla skate

Fuente: Autor del proyecto

- Según el gráfico Nº 3 el 59 % de los encuestados desean adquirir una tabla de skate frente a un 9% que respondieron que no.

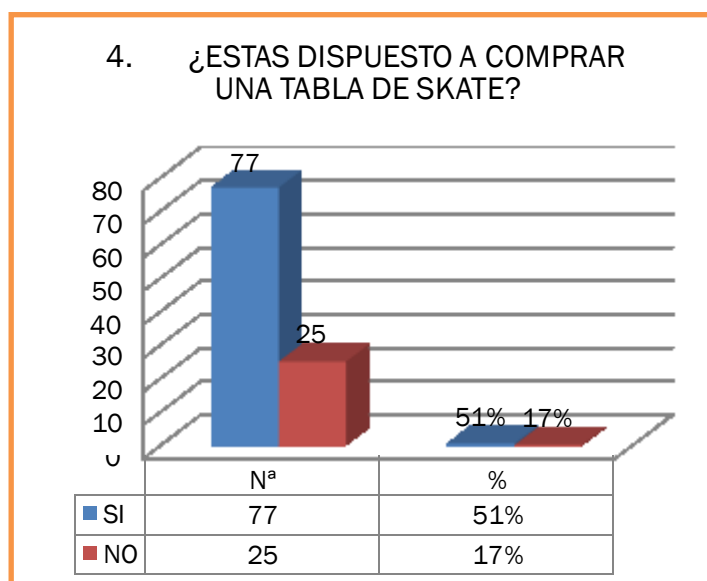


Gráfico Nº 4. Disponibilidad a comprar una tabla de skate

Fuente: Autor del proyecto

- Según el gráfico Nº 4 el 51 % de los encuestados están dispuestos a comprar una tabla de skate frente a un 17% que respondieron que no.

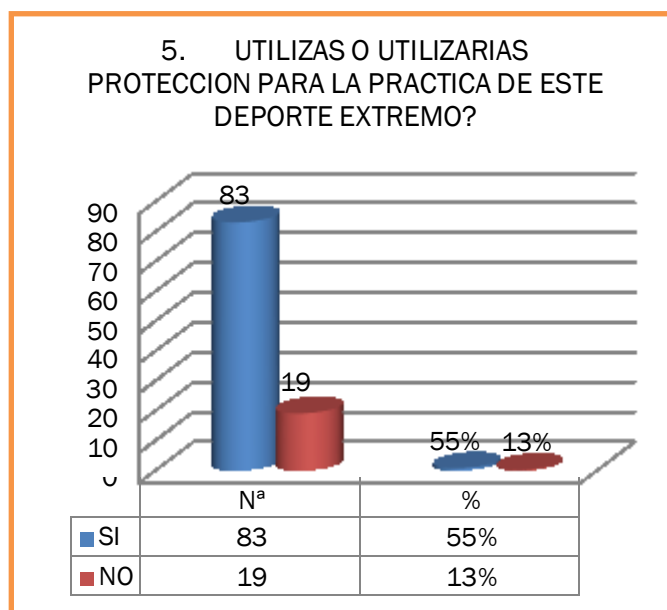


Gráfico Nº 5. Preferencia por la protección para el deporte

Fuente: Autor del proyecto

- Según el gráfico Nº 5 el 55 % de los encuestados utilizan protección al practicar este deporte extremo mientras que tan solo un 13 % no utilizan protección.

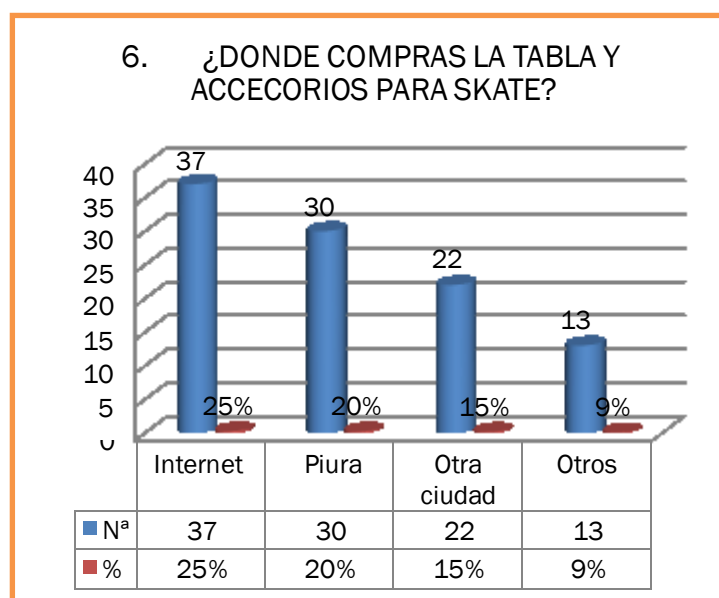


Gráfico Nº 6. Lugares de compra de tabla o accesorios

Fuente: Autor del proyecto

- Según el gráfico Nº 6 la mayoría de los encuestados compra la tabla del skate y sus accesorios a través del internet mientras que un 20% lo compra en la ciudad de Piura.

7. ¿LAS TABLAS Y ACCESORIOS QUE USTES COMPRA SATISFACEN SUS EXPECTATIVAS?

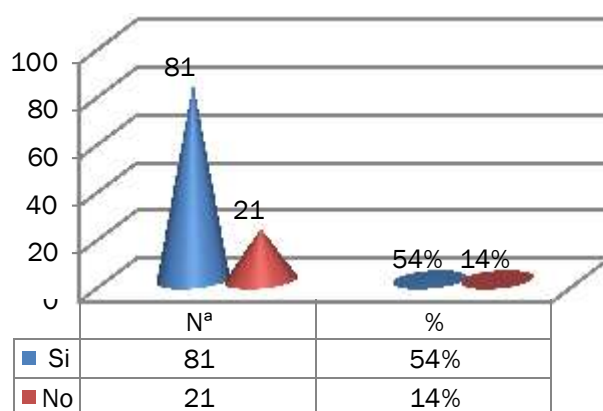


Gráfico N° 7. Satisfacción del comprador

Fuente: Autor del proyecto

- Según el gráfico N° 7 más de la mitad de los encuestados, se encuentran satisfechos con las tablas y accesorios que compran.

8. ¿CADA QUE TIEMPO RENUEVAS LA TABLA DE SKATE?

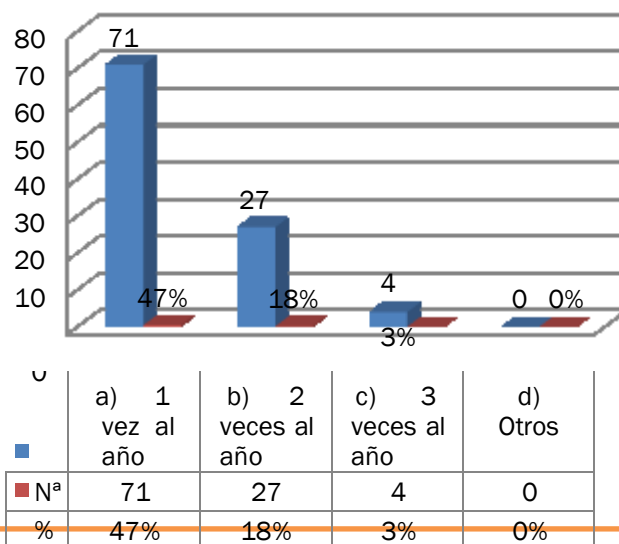


Gráfico N° 8. Tiempo de renovación de la tabla

Fuente: Autor del proyecto

- Según el gráfico N° 8 solo un 3% de los encuestados renuevan su tabla de skate.

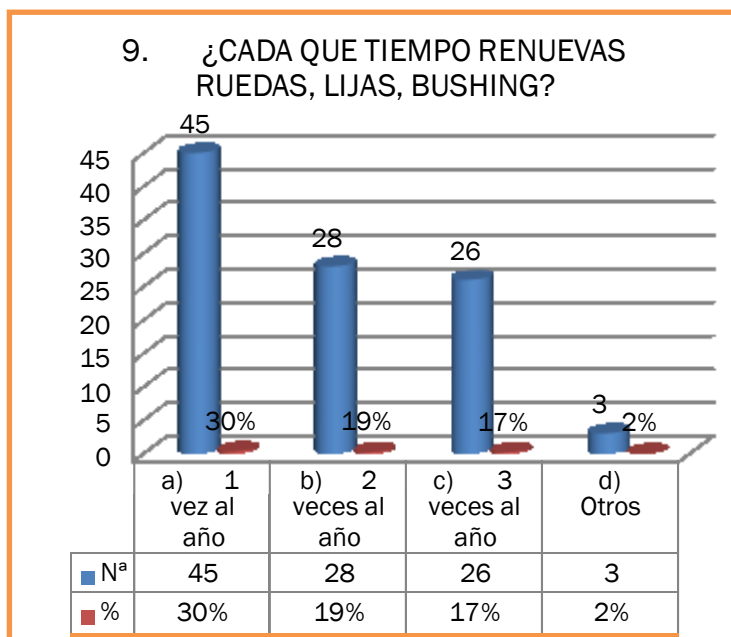


Gráfico Nº 9. Tiempo de renovación de los accesorios

Fuente: Autor del proyecto

- Según el gráfico Nº 9 solo un 17% renueva cada tres veces al año, ruedas, lijas y bushing.

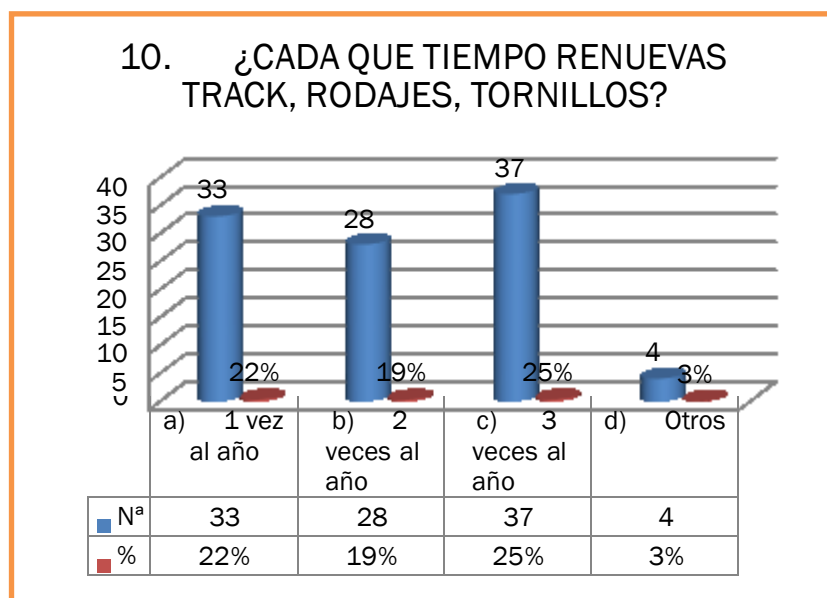


Gráfico Nº 10. Tiempo de renovación de otros accesorios

Fuente: Autor del proyecto

- Según el gráfico Nº 10 el 25% solamente, renueva cada 3 veces al año track, rodajes y tornillos.

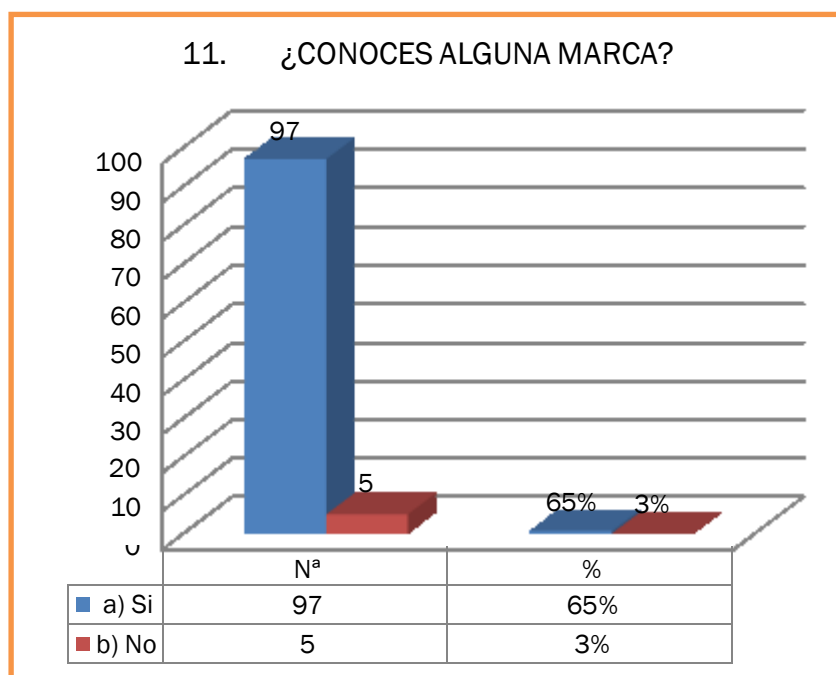


Gráfico Nº 11. Conocimiento de alguna marca

Fuente: Autor del proyecto

- Según el gráfico Nº 11 el 65 % de los encuestados conocen una marca de skate.

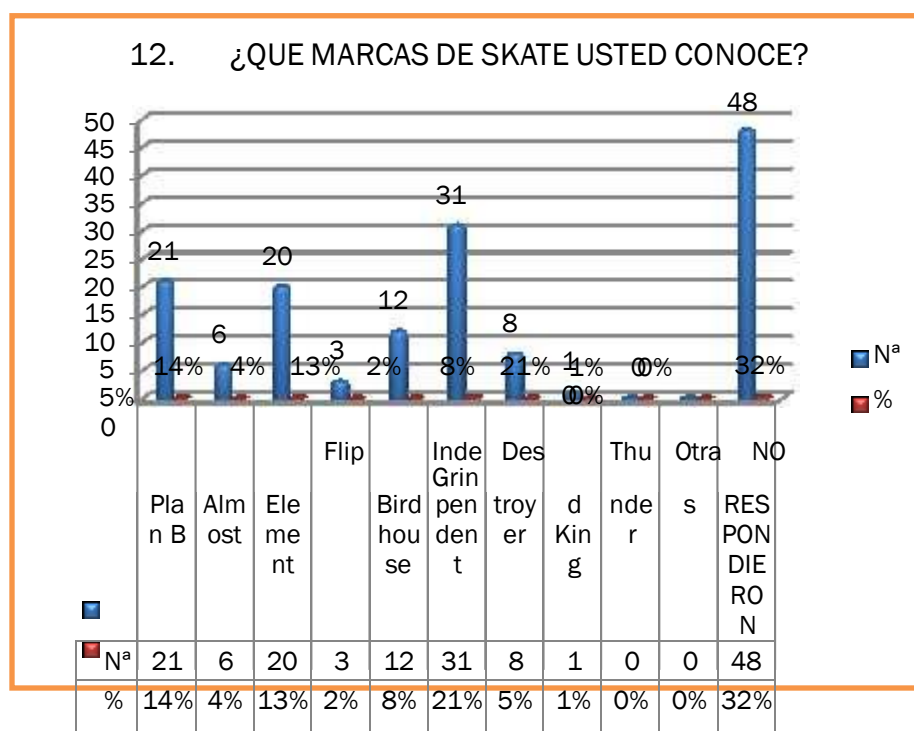


Gráfico Nº 12. Conocimiento de marcas de skate

Fuente: Autor del proyecto

Demanda de Tablas Skate en el distrito de Piura

Tabla N° 01. Población meta

Año		Población Total	Población Urbana	Población Hombres	Población Edades 10 – 30 años	Población Nivel Socioeconómico A,B,C	Población Demandante	Promedio de Skate	Demanda
			97.89%	46.92%	19.13%	30.60%	68.00%		
2014	Patineta	260,363	254,876	122,172	49,798	15,238	10,361.97	20%	2,072

Fuente : *INEI Censos Nacionales de Población y vivienda 2007

*APEIM 2008

Según el análisis la demanda sería todos los hombres entre 10 y 30 años que practican el skate en el distrito de Piura, pertenecientes a los niveles socioeconómicos A,B y C, según información reportada por el INEI y APEIM.

Tabla N° 02. Proyecciones de la Demanda

Año	KIT	DEMANDA (u)
2015	Skate	2,298
2016	Skate	2,328
2017	Skate	2,358
2018	Skate	2,389
2019	Skate	2,420
2020	Skate	2,451
2021	Skate	2,483
2022	Skate	2,515
2023	Skate	2,548
2024	Skate	2,581

Fuente: Autor del Proyecto

3.5. Análisis de la Oferta

No existe oferta del servicio ofrecido en la ciudad de Piura, porque la Tienda de Skate propuesta, será la del primero de su tipo en la ciudad.

3.6. Mercado del Proyecto – Balance del Mercado

Tabla N° 03 Balance Oferta - Demanda

Año	KIT	DEMANDA (u)	OFERTA(u)	DEMANDA INSATISFECHA(u)
2015	Skate	2,298	0	2,298
2016	Skate	2,328	0	2,328
2017	Skate	2,358	0	2,358
2018	Skate	2,389	0	2,389
2019	Skate	2,420	0	2,420
2020	Skate	2,451	0	2,451
2021	Skate	2,483	0	2,483
2022	Skate	2,515	0	2,515
2023	Skate	2,548	0	2,548
2024	Skate	2,581	0	2,581

Fuente: Autor del Proyecto

3.7. Comercialización y Precios

3.7.1. **Comercialización:** El canal seleccionado es la Tienda de Skate y Cliente.

Empresa “Tamarindo Skate Shop”



Las "CUATRO P" son una herramienta ideal para analizar las actividades que la

empresa debe realizar a los efectos de poder alcanzar sus metas. Se define como la serie de instrumentos tácticos y controlables de la mercadotecnia que mezcla la empresa para obtener la respuesta que quiere del mercado hacia el cual se dirige.

3.7.2. Precio:

Análisis de Precio: Para el cálculo del precio de venta de los Skate se utilizara la información del cuadro N° 03 que refleja la demanda insatisfecha.

El precio se promedia y se establece un estimado ponderado que se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla N° 04. Estimado de precios e ingresos por ventas

Año	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	INGRESO X VTAS
2015	Skate	2,298	500.00	1,148,994
2016	Skate	2,328	550.00	1,280,324
2017	Skate	2,358	550.00	1,296,968
2018	Skate	2,389	550.00	1,313,829
2019	Skate	2,420	550.00	1,330,909
2020	Skate	2,451	600.00	1,470,775
2021	Skate	2,483	600.00	1,489,895
2022	Skate	2,515	600.00	1,509,264
2023	Skate	2,548	600.00	1,528,884
2024	Skate	2,581	600.00	1,548,760

Estrategias:

Las tácticas que se deben emplear para diferenciarse de la competencia son:

- La calidad de los productos, la variedad de la oferta y la ubicación del establecimiento.
- Los productos deben ser avalados por sus marcas reconocidas en el mercado internacional.
- Se deberán ofertar las principales marcas y modelos, de tal modo que el cliente encuentre lo que desea en la misma tienda

Otro de los resultados obtenidos de la investigación fue que uno de los principales atributos valorados por los clientes es la cercanía del establecimiento. El local, al ubicarse en una zona céntrica, podrá ser perfectamente identificado y será cercano para aquellas personas que practican este deporte.

3.7.3. Producto

Con respecto al negocio la idea es tratar de que los productos que pasen por la menor cantidad de distribuidores posibles. Esto se debe al simple hecho de que a menor cantidad de intermediarios, menores van a ser los costos (ya que cada intermediario por el que pasa el producto obtiene un margen de ganancia). Debido a esto es que el principal objetivo en este punto tratar en lo posible de importar, de tal manera ahorráramos los costos de tener que comprar la mercadería a otros proveedores.

3.7.4. Publicidad y Promoción:

- Dar a conocer la tienda Tamarindo Skateshop en el mercado, por ser una propuesta que no tiene antecedentes en la ciudad de Piura.
- Consolidar la Imagen de la marca “Tamarindo Skateshop”.
- Desarrollar una labor de merchandising para el mejor posicionamiento en el mercado local.
- Emplear cupones de descuento, promociones de precios, eventos especiales.

Asimismo será importante la organización de campeonatos y exhibiciones a fin de motivar al público a la práctica de este deporte o llevando a los que ya lo practican a tener que equiparse comprando mejores tablas.

Los medios de publicidad que se emplearán serán las redes sociales.

Logotipo: Se observa en la siguiente gráfica



Lema: “Tamarindo Skate shop solo para x-tremos” .

3.8. LOCALIZACION DEL PROYECTO

3.8.1. Macro Localización: El proyecto estará localizado en el área centro de la ciudad de Piura que cuenta con una serie de factores que en su conjunto constituyen el área geográfica de influencia hacia el Skatepark y principalmente de nuestra tienda Tamarindo Skate Shop.

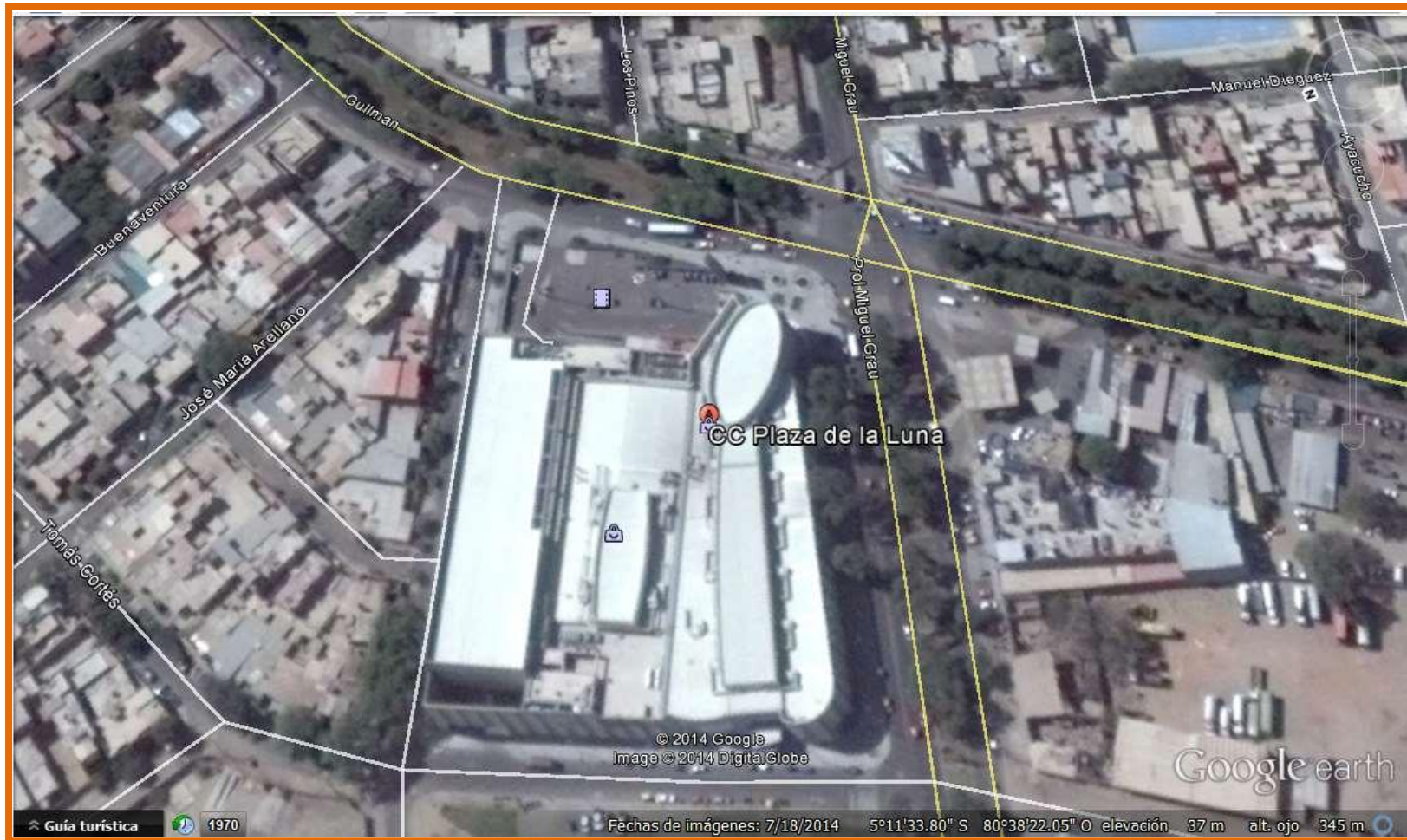
3.8.2. Microlocalización. Para a Micro – localización en la ciudad de Piura que fue la ciudad elegida para la ubicación del proyecto se debe tener en cuenta una serie de Fuerzas Locacionales:

- ✓ Cercanía al Mercado:
- ✓ Infraestructura Básica
- ✓ Costo de los servicios
- ✓ Medios y costos de transporte
- ✓ Seguridad de la Zona

Para la Micro – Localización del proyecto se han escogido sitios de mayor aceptación como:

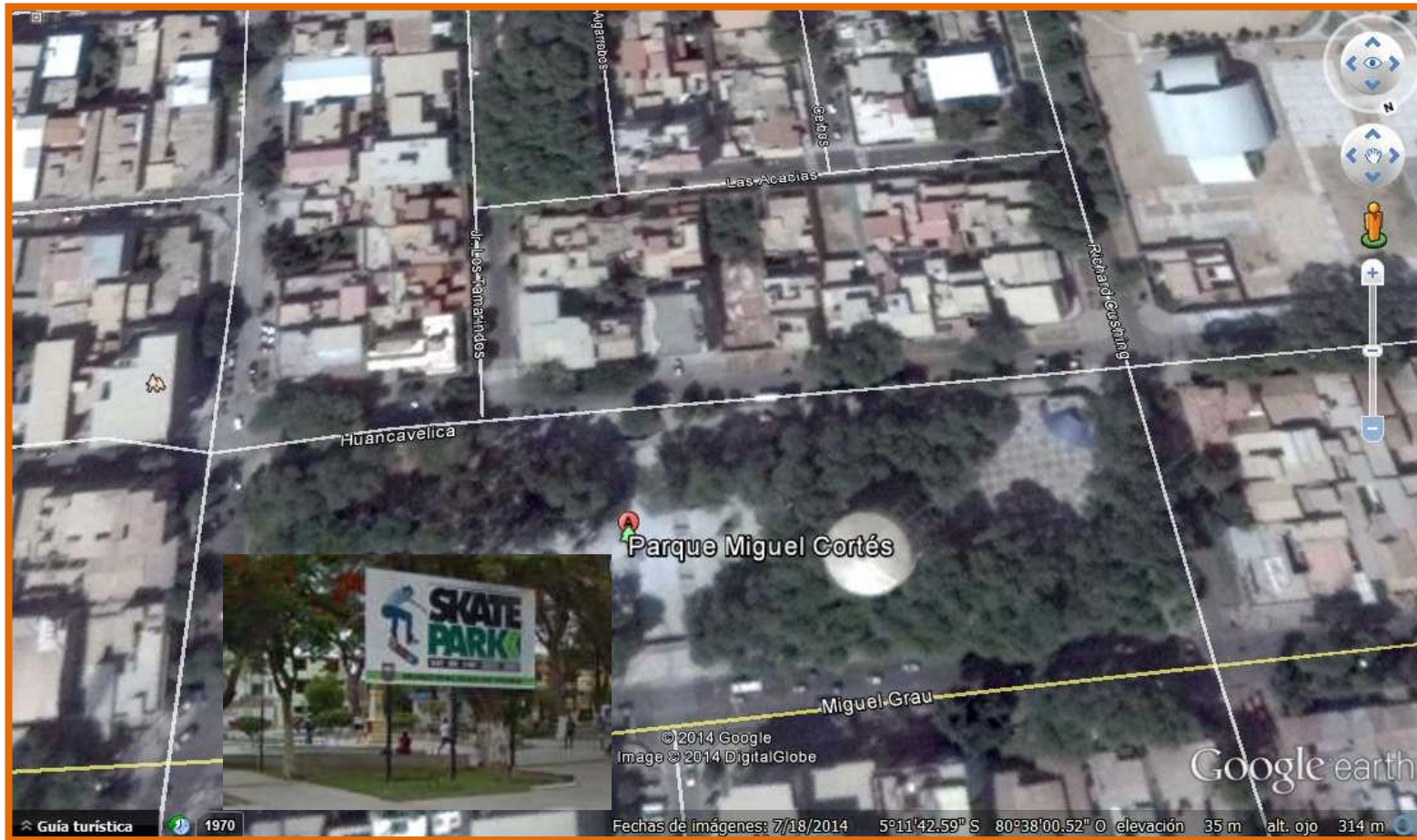
- ✓ Plaza Luna
- ✓ Edificio Plaza Fuerte
- ✓ Local en la calle Huancavelica frente al Skatepark Municipal

Que fueron los sitios donde se captó mayor afluencia de los encuestados.

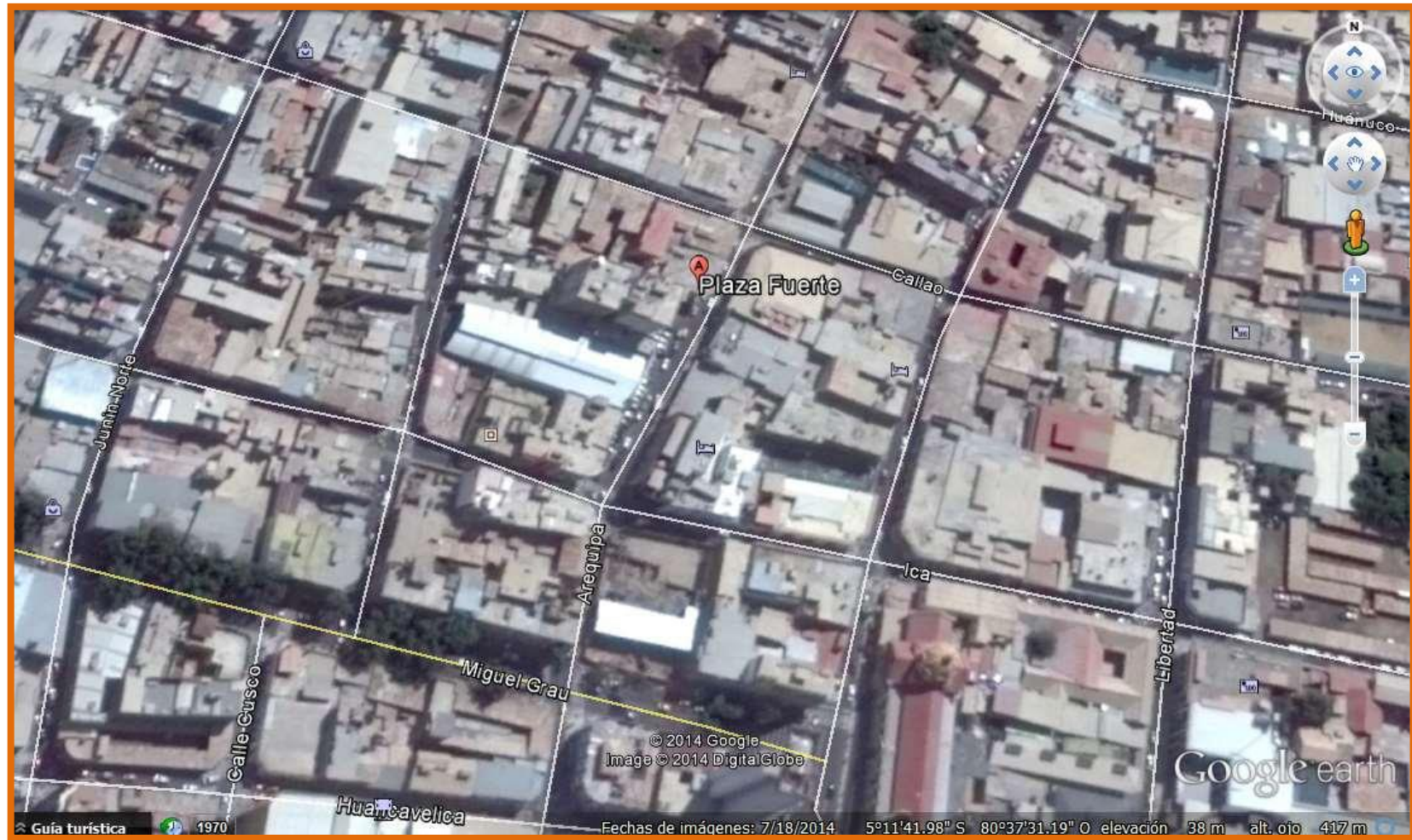
Alternativa Nª 01 : Mall Plaza Luna



ALTERNATIVA N° 2 LOCAL CALLE HUANCAVELICA (frente al Skate Park)



ALTERNATIVA N° 3: MALL PLAZA FUERTE



FUERZAS LOCACIONALES

	Fuerza / Calificación	Puntaje		Ponderación
1	Cercanía del Mercado Calificación 1: Poco Cercano Calificación 2: Cercano Calificación 3: Muy Cercano	60 80 100	100	20 % DE 500
2	Costo de los Servicios Calificación 1: Muy Costoso Calificación 2: Costoso Calificación 3: Poco Costoso	60 80 100	100	20 % DE 500
3	Costo del Stand Calificación 1: Muy Costoso Calificación 2: Costoso Calificación 3: Poco Costoso	60 80 100	100	20 % DE 500
4	Medios y costos de Transporte Calificación 1: Regular Calificación 2: Buena Calificación 3: Excelente	40 60 80	80	16 % DE 500
5	Seguridad de la Zona Calificación 1: Regular Calificación 2: Buena Calificación 3: Excelente	60 90 120	120	24 % DE 500
TOTAL			500	100%

Fuente: Autor del Proyecto

SELECCION DE LA LOCALIZACION CON EL PUNTAJE PONDERADO

Fuerzas Locacionales	Plaza de la Luna		Local calle Huancavelica		Local Plaza Fuerte	
	Calificación	Puntos	Calificación	Puntos	Calificación	Puntos
Cercanía del Mercado	2	80	3	100	3	100
Costos de los Servicios	1	60	1	60	2	80
Costo del Stand	1	60	1	60	3	100
Medios y costos de Transporte	2	60	3	80	3	80
Seguridad de la Zona	3	120	1	60	3	120
TOTAL		380		360		480

Fuente: Autor del Proyecto

Teniendo en cuenta los aspectos anteriormente señalados se opta por seleccionar el Edificio Plaza Fuerte por ser la localización que ofrece las mayores facilidades para el desarrollo de la Tienda Tamarindo Skateshop teniendo en cuenta la cercanía al mercado, costos de servicios, costo del stand, medios y costos de transporte y seguridad de la zona.

Para tal fin se alquilará un stand del Edificio Plaza Fuerte, el cual se ubica cerca de varias zonas de recreación familiar, como la Plaza de Armas, el Parque Miguel Cortés donde está ubicado el Skatepark y diversos Mall.

3.9. INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.9.1. Producto

El producto que nosotros comercializamos son artículos de skateboard:

- Kit 1: Ruedas, lijas y bushing.
- Kit 2: Track, rodajes y tornillos.
- Patineta

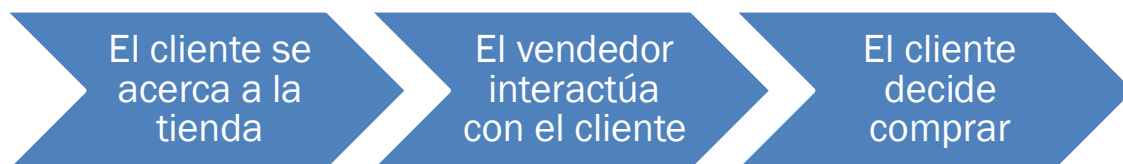
3.9.2. Diseño

Nuestra tienda tendrá un horario de atención de 9.00 a.m. a 1.00 p.m. y de 4.00 p.m. a 8.00 p.m., todas las semanas de martes a domingo.

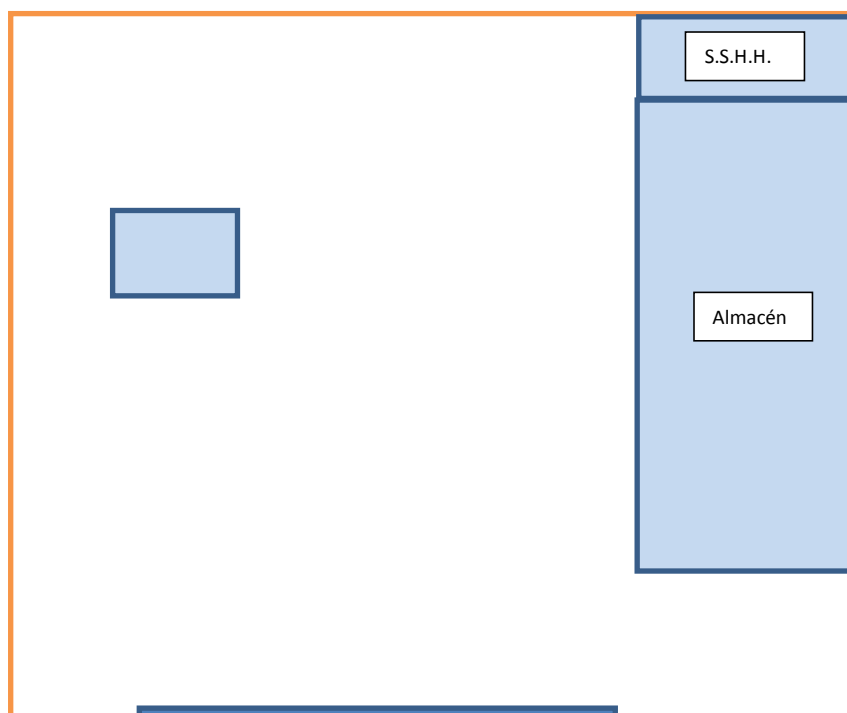
3.9.3. Descripción del Proceso

El proceso se inicia cuando el cliente se acerca a nuestra tienda para adquirir un artículo de skateboard. Seguidamente el vendedor le atiende procurando reconocer su necesidad y brindando toda la información posible respecto del artículo que necesita el cliente, buscando despertar y acrecentar el deseo de compra que lleve finalmente al cliente a tomar la decisión de comprar el producto.

3.9.4. Diagrama del Proceso de Ventas



3.9.5. Stand y su distribución



3.9.6. Programa de Trabajo (Diagrama de Gantt)

N°	TAREAS/ACTIVIDADES	DURACIÓN (MESES)	MESES (AÑO 0)						AÑOS
			1	2	3	4	5	6	1 AL 10
1	Estudios Definitivos	2							
	Ejecución y Montaje								
2	Adecuación de Infraestructura								
3	Compra e Ingreso de mercadería								
4	Puesta en marcha								
5	Operación Normal (10 años)								

3.10. INVERSIONES DEL PROYECTO

3.10.1. INVERSION FIJA.

a) INVERSION FIJA TANGIBLE

- **Maquinaria y Equipos.-** el proyecto no requiere de maquinaria; los equipos corresponden básicamente a equipos electrónicos.

Item	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Equipos			
Laptop Lenovo	1	2,500.00	2,500.00
Ticketera	1	350.00	350.00
Televisor LED 55’’	2	1,700.00	3,400.00
Woofer Philiphs	1	200.00	200.00
Sistema de seguridad Cerrado	3	300.00	900.00
TOTAL			7,350.00

- **Muebles y enseres.-** Los muebles y enseres corresponden a los bienes necesarios para la funcionabilidad de las operaciones de la tienda Tamarindo Skate Shop.

Ítem	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
------	----------	----------------	-------------

Muebles y Enseres			
Vitrinas	3	300.00	900.00
Aparador de Melanina	1	200.00	200.00
Percheros de Skate	3	60.00	180.00
Sillas	3	40.00	120.00
Archivador de Madera	1	350.00	350.00
TOTAL			1,750.00

- **Total de inversión Fija Tangible.** El total de la inversión fija tangible teniendo en cuenta las diferentes partidas referenciadas anteriormente, se observan en el siguiente cuadro.

Maquinaria y Equipos	7,350.00
Muebles y Enseres	1,750.00
TOTAL DE INVERSION FIJA TANGIBLE	9,100.00

- **Total de inversión fija intangible.-** se requiere realizar inversión fija intangible los cuales incurrirán en los gastos pres operativos de la constitución de la empresa.

Ítem	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Gastos de Constitución	1	2,000.00	2,000.00
Gastos de Licencias y permisos	1	500.00	500.00
Publicidad de lanzamiento de Imagen	1	1,000.00	1,000.00
TOTAL			3,500.00

Depreciación

Inversión	Valor	Vida Útil	Depreciación Mensual	Depreciación Anual
Equipos	7,350.00	5	1,470.00	17,640.00
Muebles y Enseres	1,750.00	5	350.00	4,200.00

TOTAL	1,820.00	21,840.00
--------------	-----------------	------------------

Total de costos mensuales y anuales de prestación de servicios

Ítem	Valor Mensual	Valor Anual
Alquiler	1,200.00	14,400.00
Agua	50.00	600.00
Energía Eléctrica	350.00	4,200.00
Internet	130.00	1,560.00
Gastos de personal	3,824.00	52,736.00
TOTAL	1,730.00	73,496.00

b) **CAPITAL DE TRABAJO.-** se requiere cubrir los costos de producción, los

gastos administrativos, ventas y los gastos financieros, para el primer mes de operaciones.

CAPITAL DE TRABAJO	UNIDADES	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
CAJA Y BANCOS	MES	1	5,000.00	5,000.00
PLANILLA	MES	1	3,824.00	3,824.00
EXISTENCIAS	MES	1	21,065.00	21,065.00
PAGOS VARIOS	MES	1	1,730.00	1,730.00
TOTAL				31,619.00

c) INVERSIONES DEL PROYECTO

RUBROS	UNIDADES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
I.- INVERSION FIJA				12,600.00
INVERSION FIJA TANGIBLE				9,100.00
MAQUINRIA Y EQUIPO	GLOBAL	1	7,350.00	7,350.00
MUEBLES Y ENSERES	GLOBAL	1	1,750.00	1,750.00
INVERSION FIJA INTANGIBLE				3,500.00
GASTOS DE CONSTITUCION	GLOBAL	1	2,000.00	2,000.00
GASTOS DE LICENCIAS Y PERMISO	GLOBAL	1	500.00	500.00
PUBLICIDAD DE LANZAMIENTO E IMA	GLOBAL	1	1,000.00	1,000.00
II.- CAPITAL DE TRABAJO				31619.00
CAJA Y BANCOS	MES	1	5,000	5,000
PLANILLA	MES	1	3,824.00	3,824.00
EXISTENCIAS	MES	1	21,065.00	21,065.00

PAGOS VARIOS	MES	1	1,730.00	1,730.00
--------------	-----	---	----------	----------

d) RESUMEN DE LA INVERSION

RESUMEN DE LA INVERSION		
RUBROS	MONTO	%
I.- INVERSION FIJA	12,600.00	28%
II.- CAPITAL DE TRABAJO	31,619.00	72%
INVERSION TOTAL	44,219.00	100%

e) BALANCE DE PERSONAL

En este aspecto se ha considerado tanto el personal que ingresara a planilla como a los que se les pagará por horas de trabajo; así mismo se ha creído conveniente que para determinar cuánto nos costara cada trabajador es necesario calcular los beneficios sociales que les corresponden pagar a la empresa, tales como ES SALUD y las gratificaciones, cabe mencionar que los descuentos por AFP, están incluidos en la remuneración básica del trabajador.

Trabajador	Remuneracion	Asignacion Familiar	Re mune racion Computable	Essalud 9%	AFP 13%	Total de contribuciones	Remuneración Mensual	Remuneración Anual
Gerente	2,000.00	75.00	2,075.00	186.75	269.75	456.50	2,531.50	35,441.00
Contador	400.00	-	400.00	-	-	-	400.00	4,800.00
Vendedor	750.000	75.00	825.00	67.5	107.25	174.75	892.50	12,495.00
Total	3,150.00	150.00	3,300.00	254.25	377.00	631.25	3,824.00	52,736.00

Los resultados de este balance nos indican que el total de empleados en la empresa tendrán un costo mensual de **S/. 3,824.00**; así mismo considerando las gratificaciones el costo anual será de **S/. 52,736.00**.

3.11. FINANCIAMIENTO

3.11.1 Estructura del Financiamiento

Fuentes	Fuentes		Usos	
Usos	%	Monto S/.	Inv. Fija	Capital de trabajo
I. Fuentes Internas				
Aporte Propio	67	29,731	12,600	17,131
II. Fuentes Externas				
Préstamo	33	14488		14,488
Total	100	44219		14,488

3.11.2. Servicio de la Deuda

PRESTAMO	14,488			
Interes	13%			
Periodos	5			
42,578				
Periodos	Deuda	Cuota	Interes	Amotizacion
1	14,488	4,119	-1,883	2,236
2	12,252	4,119	-1,593	2,526
3	9,726	4,119	-1,264	2,855
4	6,871	4,119	-893	3,226
5	3,645	4,119	-474	3,645

3.12. PRESUPUESTO COSTOS INGRESOS

3.12.1. Presupuesto de Ingresos

Año	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	INGRESO X VTAS
2015	Skate	2,298	500.00	1,148,994
2016	Skate	2,328	550.00	1,280,324
2017	Skate	2,358	550.00	1,296,968
2018	Skate	2,389	550.00	1,313,829
2019	Skate	2,420	550.00	1,330,909
2020	Skate	2,451	600.00	1,470,775
2021	Skate	2,483	600.00	1,489,895
2022	Skate	2,515	600.00	1,509,264
2023	Skate	2,548	600.00	1,528,884
2024	Skate	2,581	600.00	1,548,760

Año	DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2015	Skate	2,298	430.00	988,135
2016	Skate	2,328	480.00	1,117,374
2017	Skate	2,358	480.00	1,131,900
2018	Skate	2,389	480.00	1,146,614
2019	Skate	2,420	480.00	1,161,520
2020	Skate	2,451	720.00	1,764,930
2021	Skate	2,483	720.00	1,787,874
2022	Skate	2,515	720.00	1,811,117
2023	Skate	2,548	720.00	1,834,661
2024	Skate	2,581	720.00	1,858,512

3.12.3. Presupuesto de Costos

PRESUPUESTO DE COSTOS PROYECTADO								
				1	2	3	4	5
RUBROS	CANTIDAD	COSTOS DE VENTA	COSTO TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%
1.- GASTOS DE OPERACIÓN			245,936.94	280,314.94	303,954.34	306,950.30	309,985.21	313,059.57
2.1COSTO DE VENTAS	1	994,735	219,314	219,314	242,953	245,949	248,984	252,059
REMUNERACION DE VENTAS	1	892.50	12,495.00	12,495.00	12,495.00	12,495.00	12,495.00	12,495.00
IGV 18%	1,355,813.05	18%	206,818.94	206,818.94	230,458.34	233,454.30	236,489.21	239,563.57
2.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS			26,623.00	61,001.00	61,001.00	61,001.00	61,001.00	61,001.00
PAGOS DE SERVICIOS	12	1,730.00	20,760.00	20,760.00	20,760.00	20,760.00	20,760.00	20,760.00
REMUNERACIONES PERSONAL ADMINISTRATIVO	2	2,931.50	5,863.00	40,241.00	40,241.00	40,241.00	40,241.00	40,241.00

3.12.4. Presupuesto de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA						
I. INGRESOS		1,148,994	1,280,324	1,296,968	1,313,829	1,464,000
INGRESOS POR VENTAS		1,148,994	1,280,324	1,296,968	1,313,829	1,330,909
VALOR RESIDUAL						133,091
II. EGRESOS	12,600	659,743	303,954	306,950	309,985	313,060
COSTO DE PRODUCCION		280,315	303,954	306,950	309,985	313,060
INVERSION TOTALES						
INV. FIJA TANJIBLE	9,100					
INV. INTANGIBLE	3,500					
CAPITAL DE TRABAJO		379,428				
III. FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-12,600	489,251	976,370	990,018	1,003,844	1,150,940
IMPUESTO A LA RENTA						
IV. FINANCIAMIENTO	14,488	352	934	1,590	2,333	3,171
PRESTAMO	14,488					
AMORTIZACION		2,236	2,526	2,855	3,226	3,645
INTERESES		-1,883	-1,593	-1,264	-893	-474
V. FLUJO DE CAJA FINANCIERO	1,888	489,603	977,303	991,608	1,006,176	1,154,111

3.13. ADMINISTRACION DEL PROYECTO

3.13.1. PROCESO DE CONSTITUCION DE EMPRESA:

Tomar en cuenta los siguientes pasos:

La empresa se constituirá como Persona Jurídica:

Aquí se podrá optar por una forma societaria que requieren en su mayoría se deberá contar con un número mínimo de 2 socios. Dentro de estas societarias adoptaremos ser una *Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada S.R.L* estará constituida por 5 socios:

1. Távara Ramos Daniel.
 2. Socio
- Una SRL le permite a los socios, como en el caso de los accionistas de una sociedad por acciones, tener responsabilidad limitada. La SRL es una entidad jurídica separada y, por lo tanto, sus bienes están separados de los bienes de los Socios, excepto el monto que el socio invierte en la SRL.
 - Normas organizacionales menos estrictas. Una SRL puede ser dirigida por el acuerdo operativo, sin necesidad de convocar reuniones anuales o efectuar notificaciones especiales.
 - El financiamiento será principalmente por los accionistas o por créditos.

3.13.2. PROCESO DE PLANIFICACION Y ORGANIZACIÓN

- **VISION.**

Para el año 2026 la tienda Tamarindo Skate Shop de la ciudad de Piura será la tienda de skate más importante, contando con un personal altamente capacitado y calificado. Con una infraestructura optima en un contexto de servicio eficiente y de calidad que le permitirá ser partícipe de la venta de los mejores accesorios de marcas de calidad que faciliten al Skateboard de la ciudad de Piura participar en los torneos y eventos a nivel local, nacional e internacional.

- **MISION.**

Somos una empresa que tiene como misión fomentar la práctica del skateboard de la ciudad de Piura, ofreciendo al deportista un servicio que satisfaga sus demandas y exigencias dentro de la búsqueda constante de calidad, seguridad, confianza y eficiencia empresarial.

- **VALORES:**

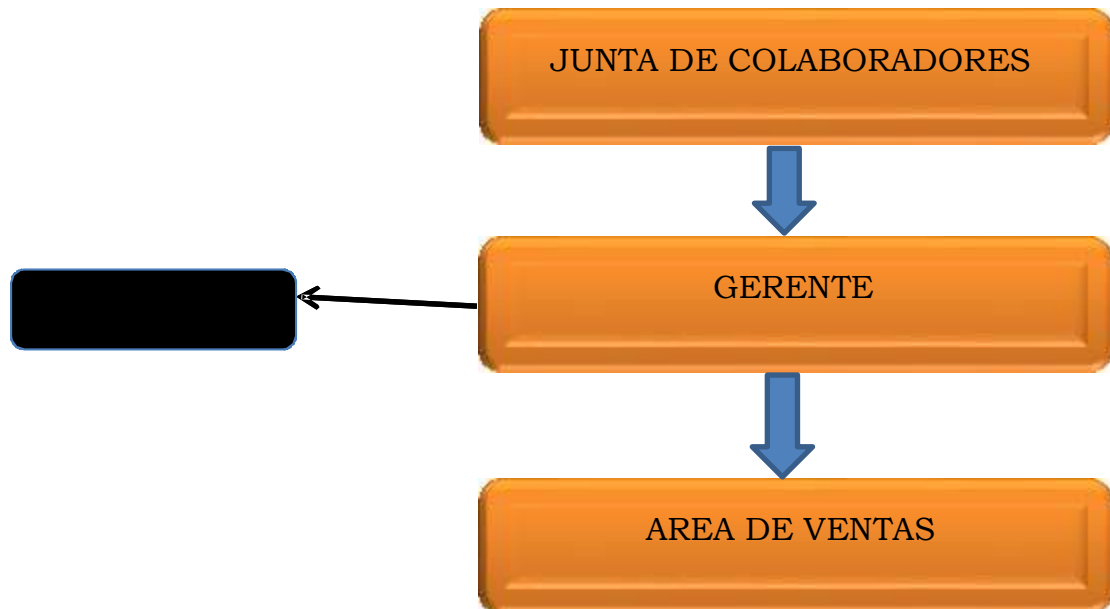
- **Honestidad:** Actuamos con rectitud e integridad, manteniendo un trato equitativo con todos nuestros semejantes.
- **Responsabilidad:** Cumplimos nuestro deber, haciendo las políticas y disposiciones de la empresa.
- **Respeto:** Guardamos en todo momento la debida consideración a la dignidad humana y a su entorno.
- **Lealtad:** conduciéndonos de acuerdo con los valores y objetivo empresarial de la organización.
- **Confianza:** Nos desempeñamos con exactitud, puntualidad para fortalecer nuestro ambiente laboral.

- **OBJETIVOS.**

- ✓ Hacer de la tienda Tamarindo Skate Shop de la ciudad de Piura, un lugar reconocido y de gran aceptación entre los diferentes sectores sociales de la ciudad.
- ✓ Tener un crecimiento anual de sus ventas promedio del 10 %, mejorando los ingresos y utilidades.
- ✓ Reinvertir el 20% de las utilidades anuales para implementar la tienda Tamarindo Skate Shop y mejorar sus servicios.

- ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

- ✓ Organigrama.



- ✓ DESCRIPCION Y PERFIL DE CARGOS

TAMARINDO SKATE SHOP

DESCRIPCION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO: GERENTE	
SUPERVISA : Contador	Departamento: Administrativo
	Jefe inmediato : Junta de Colaboradores
	Nº cargos iguales: uno 1
PERFIL DEL CARGO:	
ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
<p>EDUCACIÓN: Administrador de Empresas, Economista ó profesional en Gestión Empresarial con conocimientos sobre tiendas de Skate.</p> <p>EXPERIENCIA: de dos (2) años en manejo tiendas de deporte extremo y conocimientos Generales sobre el sector.</p> <p>OTRAS HABILIDADES Y DESTREZAS: Liderazgo y adecuado manejo de las relaciones interpersonales.</p> <p>POR MAQUINARIA Y EQUIPO: Maquinaria y equipo de la empresa</p> <p>CONTACTOS: Contacto permanente con personal interno y externo de la empresa</p> <p>INFORMACIÓN: Maneja información confidencial y reservada.</p> <p>DINERO Y VALORES: Cheques, facturas de compras y ventas, efectivo y activo por el monto del valor de la empresa</p>	

FUNCIONES:

- ✓ Representación legal de la tienda
- ✓ Responsable de la planeación, control, dirección y ejecución.
- ✓ Encargado de la gestión de talento humano de la empresa en todas sus etapas.
- ✓ Monitorear el trabajo efectivo del personal
- ✓ Llevar a cabo el presupuesto, la evaluación financiera y el análisis de resultados de la empresa.
- ✓ Coordinar las actividades y funciones al interior de la organización.
- ✓ Seguir las disposiciones de la Junta de Colaboradores.

3.14. Indicadores de Evaluación

3.14.1 VAN

Flujo Caja Proyectado a Precios de Mercado Nuevos Soles

	0	1	2	3	4	5
INGRESOS	0.00	1148994.11	1280324.14	1296968.35	1313828.94	1463999.59
EGRESOS	12,600	659,743	303,954	306,950	309,985	313,060
BENEFICIOS NETOS	-12,600	489,251	976,370	990,018	1,003,844	1,150,940

INGRESOS	1,888
EGRESOS	3,395,788
VAN	3,397,676

Por tanto, se puede concluir que el proyecto es rentable.

IV. DISCUSIÓN

Para determinar la viabilidad para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - año 2016, se aplicó un cuestionario lo cual ayudó a determinar cada indicador como la demanda insatisfecha, los

competidores directos e indirectos así como la localización y el tamaño del negocio, requeridos para brindar el servicio.

Respecto al primer objetivo específico referido a la viabilidad de mercado para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - año 2016, se buscaba determinar la demanda insatisfecha y se encontró que existe un 59 % de jóvenes que desean adquirir una tabla skate, mientras que un 55% compraría implementos de seguridad para la práctica de este deporte de riesgo. Andía (2001) al respecto indica que la demanda implica la conducta de los compradores actuales y posibles de un bien o servicio, donde la cantidad demandada es la que ellos están dispuestos a adquirir en un tiempo específico, esto dependerá del factor precio del bien y otros como el poder adquisitivo de los compradores.

Los resultados obtenidos se pueden contrastar con Figueroa, Hernández, Miranda, Ruiz y Sánchez (2010) quienes en su investigación concluyen que un alto porcentaje de jóvenes en México tiene el gusto por la práctica de deportes de riesgo, siendo uno de los de más preferencia el skateboard. En ambos casos se determina que existe un gran mercado para este proyecto, medido a través de la estimación de la demanda.

Debido a los resultados obtenidos se refleja que existe un gran porcentaje de personas con disposición a comprar las tablas skate y los accesorios e implementos de seguridad conexos a este deporte por lo que la hipótesis específica 1 de la investigación es ACEPTADA.

Respecto al segundo objetivo específico referido a la viabilidad de organizacional legal para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - año 2016, se determinó que la empresa se constituiría como una Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada y se implementará dentro de la clasificación de las Micro y Pequeñas empresas (MYPE) además su estructura organizacional contempla a la Junta de colaboradores, un gerente y el área de ventas. Como manifiesta Vega (2006) la Viabilidad Legal determina la

inexistencia de obstáculos de naturaleza jurídica para la implementación y operatividad del emprendimiento así como la falta de disposiciones internas de la organización que pudieran oponerse. En este caso el proyecto tendrá en cuenta

la legislación laboral vigente y adoptará la legislación relacionada con la modalidad de contratación a plazo determinado y cumplirá con todas las obligaciones laborales vigentes; en base a lo anterior se concluye que la hipótesis específica 2 de la investigación es ACEPTADA.

Para el tercer objetivo específico de la presente investigación que pretendía establecer la viabilidad técnica para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - año 2016, se determinó la localización y el tamaño del proyecto.

Para la localización se empleó el método de factores ponderados, donde se detallaron varios criterios que permitieron determinar la ubicación adecuada, tales como disponibilidad de recursos, seguridad, facilidad para el acceso y espacio físico, obteniendo como ubicación el centro de la ciudad de Piura ya que existen condiciones favorables que se pueden aprovechar para lograr un óptimo posicionamiento. Con respecto a esto Vega (2006) indica que el estudio de la localización consiste en el análisis del conjunto de factores que actúan de manera favorable para determinados lugares en comparación de otros, el resultado será la ubicación donde el proyecto logre la máxima utilidad o el mínimo de costos unitarios

Para determinar el tamaño del proyecto se tomó en cuenta el análisis de demanda realizado en la investigación siendo estos resultados contrastables con los obtenidos por Capacho y Peña (2012). Quienes en su trabajo de investigación emplearon el análisis de macrolocalización y microlocalización y finalmente el método de factores, determinando el mejor lugar para la ubicación del parque skateboard en Bucaramanga, Colombia.

Debido a los resultados obtenidos se refleja que los criterios para determinar el tamaño y la localización del negocio, son los más adecuados por lo

tanto se concluye que la hipótesis específica 3 de la investigación es ACEPTADA.

Respecto al cuarto objetivo específico de la presente investigación referido a la viabilidad económica financiera para la la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - año 2016, para determinar dicha viabilidad se elaboró flujos de caja económicos y financieros y en base a ello se obtuvo un Valor Actual Neto de S/. 3,397,676 lo que implica que el proyecto es rentable. La viabilidad financiera muestra indicadores financieros que permiten tomar la decisión final sobre la realización o no del proyecto y como lo manifestó Vega (2006) su análisis es importante ya que alrededor de casi dos terceras partes de los pequeños negocios son disueltos dentro de los primeros seis años de operaciones. Es decir, seis de cada diez nuevos negocios fracasan durante sus primeros años, independientemente del tipo de industria. Por lo tanto se concluye que la hipótesis específica 4 de la investigación es ACEPTADA.

En base a lo anterior se concluye que la hipótesis general “La creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016 es viable” es ACEPTADA.

V. CONCLUSIONES

1. Existe viabilidad de mercado para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016 ya que se determinó que se comprobó el alto porcentaje de jóvenes que están dispuestos a adquirir tablas para la práctica de skateboard, así como de repuestos, accesorios e implementos de seguridad.
2. La empresa comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura se constituiría como una Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada y se implementará dentro de la clasificación de las Micro y Pequeñas empresas (MYPE) además su estructura organizacional contempla a la Junta general de colaboradores, el gerente y el área de ventas, organización que asegura el manejo administrativo y comercial de la empresa, junto al apoyo de un contador.
3. La localización óptima de la empresa comercializadora de tablas de skate es el centro de la ciudad de Piura, ya que existen condiciones favorables que se pueden aprovechar para lograr un óptimo posicionamiento, para ello se realizó el análisis a través del método de factores ponderados.
4. Se determinó que existe viabilidad económica y financiera ya que Valor Actual Neto es de S/. 3,397,676 lo que implica que los beneficios generados son superiores a los costos incurridos.

VI. RECOMENDACIONES

1. Para que el negocio se posicione debe implementarse estrategias de promoción que permitan difundir en la ciudad los productos de calidad que se venderán a los jóvenes practicantes de skateboard.
2. Se recomienda implementar de manera atractiva el ambiente del local de ventas, con la temática propia del deporte del skateboard, de tal manera que los interesados se sientan atraídos por la vistosidad del merchandising dispuesto.
3. Contratar a personal idóneo para la atención al cliente y capacitarlo en todo lo referente a la práctica del skateboard y los implementos empleados, ello dará la seguridad de una atención satisfactoria ante las dudas o preguntas de los clientes.
4. Se recomienda implementar el negocio ya que existe viabilidad económica, legal, técnica y financiera.

VII. REFERENCIAS

Baca, G. (2006). *“Evaluación de Proyectos”*. Cuarta Edición. México: Edit. Mc

Graw Hill.

Capacho y Peña (2012). *Factibilidad para la creación de un parque de skateboard para juegos extremos en patines en la ciudad de Bucaramanga*. Universidad Industrial de Santander, Colombia. Tesis para optar el Título Profesional en Gestión Empresarial. Recuperado de:
<http://repositorio.uis.edu.co/jspui/bitstream/123456789/11496/2/143308.pdf>

Campos, Colato y Quintanilla (2016). Estudio de mercado para la introducción a Guatemala de productos de deportes extremos. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de El Salvador. Guatemala. Tesis para obtener el grado de Licenciado en Mercadeo Internacional. Recuperado de:
<http://ri.ues.edu.sv/10230/>

Córdova (2009). *“Formulación y evaluación de proyectos”*. 1ª ed. Bogotá. Ecoe ediciones.

Estrada (2007). *“Calidad en el servicio al cliente”*. México: Edit. Mc Graw Hill.

Figuerola, Hernández, Miranda, Ruiz y Sánchez (2010). *Plan de importación de patinetas provenientes de Estados Unidos de América para la empresa Peach and Bones*. Instituto Politécnico Nacional, México D.F Tesis para obtener el título de Licenciado en Administración Industrial. Recuperado de:
<http://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/6442/A7.1804.pdf?sequence=1>

Hernández, Fernández y Baptista (2014). Metodología de la Investigación. Sexta Edición. México: Edit. Mc Graw Hill.

ANEXOS

N° de cuestionario:

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**Anexo 1. Cuestionario aplicado a los potenciales clientes**

Joven, reciba un cordial saludo, su colaboración es esencial e insustituible, por lo que se le agradece complete todo el cuestionario de carácter confidencial.

Este cuestionario está destinado a recabar información necesaria que servirá de soporte a la investigación que se realiza en cuanto a la “VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE TABLAS DE SKATE EN LA CIUDAD DE PIURA - AÑO 2016”. Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con una (x) su respuesta.

Se agradece su colaboración.

1. ¿PRACTICAS SKATE?

a) Si ()

b) No ()

2. ¿TIENES TABLA DE SKATE?

a) Si ()

b) No ()

3. ¿QUISIERAS TENER TABLA DE SKATE?

a) Si ()

b) No ()

4. ¿ESTAS DISPUESTO A COMPRAR UNA TABLA DE SKATE?

a) Si ()

b) No ()

5. UTILIZAS O UTILIZARIAS PROTECCION PARA LA PRACTICA DE ESTE DEPORTE EXTREMO?

a) Si ()

b) No ()

6. ¿DONDE COMPRAS LA TABLA Y ACCECORIOS PARA SKATE?

- a) Internet (
-) b) Piura (
-) c) Otra ciudad (
-) d) Otros (
-)

7. ¿LAS TABLAS Y ACCESORIOS QUE USTES COMPRA SATISFACEN SUS ESPECTATIVAS?

- a) Si (
-) b) No (

8. ¿CADA QUE TIEMPO RENUEVAS LA TABLA DE SKATE?

- a) 1 vez al año (
-) b) 2 veces al año (
-) c) 3 veces al año (
-) d) Otros (

9. ¿CADA QUE TIEMPO RENUEVAS RUEDAS, LIJAS, BUSHING?

- e) 1 vez al año (
-) f) 2 veces al año (
-) g) 3 veces al año (
-) h) Otros (

10. ¿CADA QUE TIEMPO RENUEVAS TRACK, RODAJES, TORNILLOS?

- i) 1 vez al año (
-) j) 2 veces al año (
-) k) 3 veces al año (
-) l) Otros (

11. ¿CONOCES ALGUNA MARCA?

- a) Si ()
- b) No ()

12. ¿QUE MARCAS DE SKATE USTED CONOCE?

- a) Plan B (
) b) Almost (
) c) Element (
) d) Flip (
) e) Birdhouse (
) f) Independent (
) g) Destroyer (
) h) Grind King (
) i) Thunder (
) f) Otras:

DATOS GENERALES

1. Edad: ☐ 20 - 29 ☐ 30 – 39 ☐ 40 – 49
 2. Nivel de ingresos: ☐ Menos de s/.500 ☐ s/. 500 – 750 ☐ s/750 - 1000 ☐ s/.1000 a más
 3. Experiencia: ☐ 2 a 5 años ☐ 6 a 10 años ☐ 11 a 15 años
 4. Cargo: ☐ Armador artesanal ☐ Pescador artesanal

Problema específico1	Hipótesis específica 1	Objetivo específico1
¿Existe viabilidad de mercado para la la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016?	Existe viabilidad de mercado para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016	Determinar la viabilidad de mercado para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016
Problema específico2	Hipótesis específica 2	Objetivo específico2
¿Existe viabilidad organizacional legal para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016?	Existe viabilidad organizacional legal para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016	Establecer la viabilidad organizacional legal para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016
Problema específico3	Hipótesis específica 3	Objetivo específico3
¿Existe viabilidad técnica para la la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016?	La creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016 es viable técnicamente.	Establecer la viabilidad técnica para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016
Problema específico4	Hipótesis específica 4	Objetivo específico4
¿Existe viabilidad económica – financiera para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016?	La creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016 es viable económica - financieramente.	Precisar la viabilidad económica – financiera para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016



Anexo 3. Declaratoria de Autoría

Távora Ramo, Daniel Martin Arturo, estudiante de la Escuela Profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo, sede Piura, declaro que el trabajo académico titulado: “Viabilidad para la creación de una comercializadora de tablas de skate en la ciudad de Piura - Año 2016” presentada en 71 folios para la obtención del grado académico /título profesional de Licenciada en Administración es de mi autoría.

Por lo tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda la cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Piura, julio del 2016

.....
Daniel Martin Arturo Távora Ramos
DNI N° 44184453



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

LUIS FELIPE VÉLEZ UBILLÚS docente revisor del trabajo académico titulado: **"VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE TABLAS DE SKATE EN LA CIUDAD DE PIURA - AÑO 2016"**, del estudiante **Daniel Martin Arturo Távara Ramos** he sido capacitado e instruido en uso de la herramienta Turnitin y he constatado lo siguiente:

Que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud de 24 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, grado de coincidencia mínimo que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso del citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Piura, 30 de mayo del 2017

Mg. Luis Felipe Vélez Ubillús

DNI: 02620849